

月刊 **プロパティマネジメント**

PROPERTY MANAGEMENT

不動産証券化時代のビル・不動産マネジメント情報誌

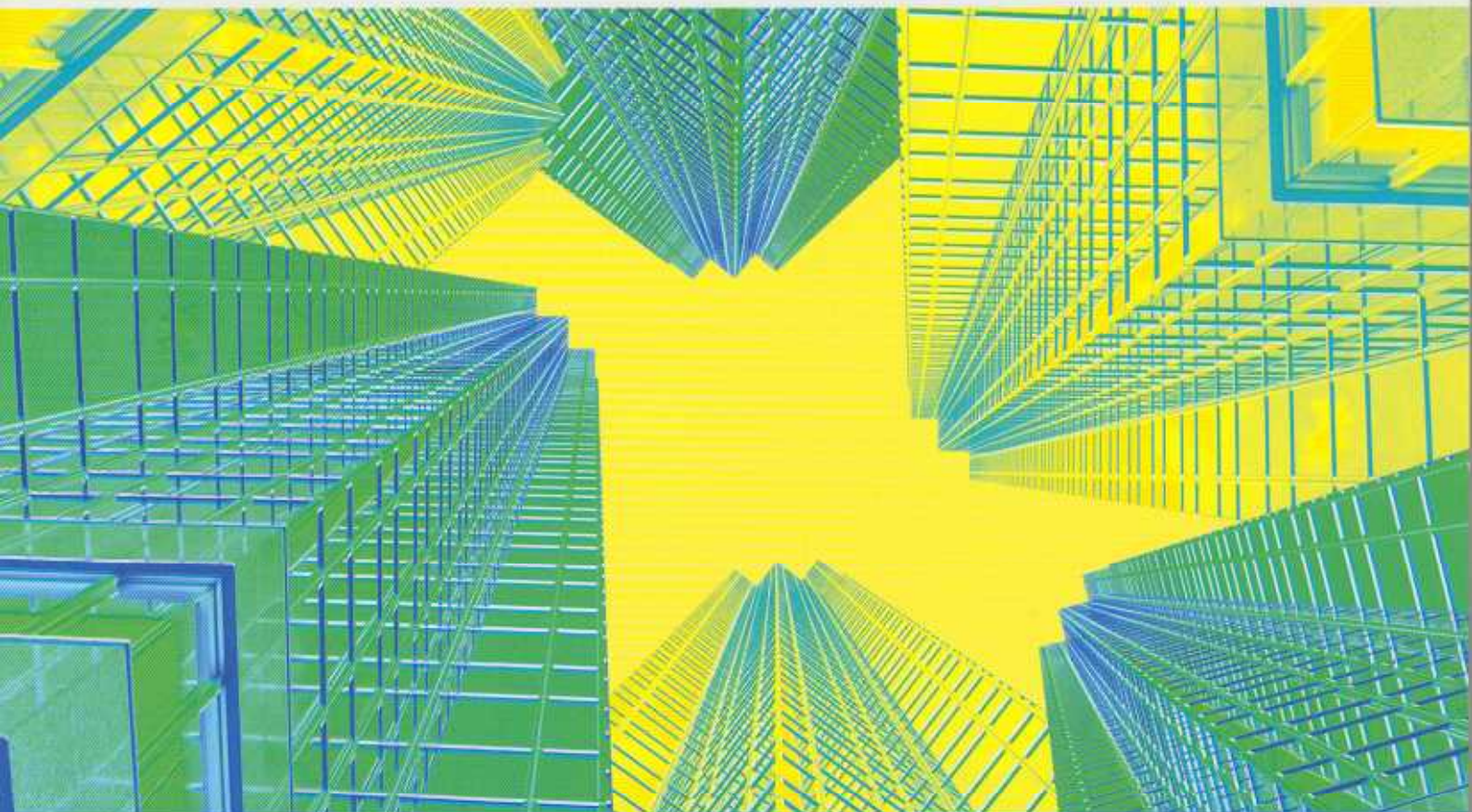
12

No.113
DECEMBER
2009

特集 対日不動産をめくり2つの投資タイミングがいよいよ到来

東京不動産の魅力と ハードアセット・債券投資成功戦略

東京・オフィス賃貸マーケットの国際比較 <NY、LDN&アジアパシフィック>
SPL(サブパフォーマンス・ローン)投資のタイミングとプレーヤーの横顔



INTERVIEW アクサグループと共同で1,000億円規模のファンドを組成し、国内不動産投資を積極化

住友信託銀行

INTERVIEW 市場回復に期待、将来のコア資金参入を予測し、日本での不動産投資事業を本格化

アンジェロ・ゴードン

HOT TOPICS▶ 日本リテールファンド投資法人とラサールジャパン投資法人が合併に向けて基本合意

<http://www.sogo-unicom.co.jp>

「ラクテンポ」プロジェクトのフラッグシップ店が竣工 “逆転の発想”による不動産開発で利回り45%を可能に



ラクテンポが手がけた平屋の木造店舗「ラクテンポ 001」が、10月23日、東京都日本橋本石町に竣工した。

今回の「ラクテンポ 001」は、JR神田駅付近の路地裏にある遊休地を不動産企画会社であるラクテンポがオーナーと事業用借地権設定契約を締結し建設した。同社自ら1,600万円(坪当たりの建設費は45万円)の投資を行ない、約50日という期間で竣工に至った。入居テナントは千葉県産の食材にこだわったイタリアンバル「房総バル」(12月2日開店予定)と、ワインバーの要素を兼ねたフレンチビストロ(10年1月開店予定)が決定している。「ラクテンポ 001」はA区画(15.12坪・賃料35万円)とB区画(15.12坪・賃料30万円)の2つに分かれており、5年契約(再契約可能、最長10年)でリーシングを行う。ラクテンポはテナント管理やマーケティング、建築設計の分野でキャリアを積んできた4人が今年1月に設立。同社が企画する事業の特徴は、“逆転の発想”で不動産開発を行う点である。従来、都心部の不動産開発では収益床面積を可能な限り設けようと容積率目いっぱいの建物を建設してきた。それがビル自体の入居魅力を薄めることとなり、思うようにテナントが決まらないケースが散見されてきた。同社の場合、まず立地に見合う最適なテナントは何かを考え、賃料水準を想定したうえで事業収支を算出し建築規模を決定、その後に工事に入るというプロセスを取っている。従来のセオリーとは逆にテナントマーケットから開発プランを立てることから空室リスクは少ない。さらに平屋または2階建てに限定した建設かつ、スケルトン状態の設備・内装でテナントに引き渡すため、低コスト・短い工期での建設を可能にしている。全体のコストを低く抑えることで、賃料を相場より安くできる点も魅力的だ。同社のフラッグシップ店として土地を借りて建設した「ラクテンポ 001」の投資利回りは23%を想定、土地所有者が店舗用建物を建設した場合の利回りは45%に達し、約23か月で投資額が回収可能なプランになるという。

「ラクテンポ 001」の立地に選ばれたのは、“オヤジの聖地”のひとつである東京・JR神田駅付近。大通りから多少様子



竣工時の「ラクテンポ 001」外観



12月2日開店予定の「房総バル」

が覗ける程度の路地裏に立地しており、周辺には立ち飲み屋やモツ焼き屋などの飲食店舗が乱立している。同地は日本有数のビジネス街であるにも関わらず、女性をターゲットとした飲食店舗に乏しく、潜在需要に注目する形で入居テナントを決定した。ラクテンポの出店戦略については「最初は商業店舗、特に飲食業態を中心にテナントを入れたい。建物の完成・オープン後の話題性の問題もあるが、飲食はテナント自身がそれなりの額の設備投資を行うため、そう簡単には撤退しないからだ。オフィスや物販は簡単に撤退が可能であり、特にオフィス利用では他よりも内装コストが増加してしまうという理由もある」(ラクテンポ代表取締役野原正哉氏)としている。こうした都心部の“1.5等地”を低価格で借り上げ、立地に多少難があっても客が集まり収益を上げられるテナントを入居させるという形である。現在の都心部におけるマーケット動向に関して野原氏は「中央区はまだマーケットも土地も多く、非常に注目している。また、赤坂も赤坂サカスができた影響で新たな飲食店も増えてきており、相変わらず土日は厳しいものの平日で十分な収益を上げることができるはずだ」と述べている。そうしたテナントとのコネクションも持っている点もラクテンポの強みだ。

同社では今後、「ラクテンポ 001」と同様に都心部での店舗開発事業を土地所有者・投資家に対して展開し、来年6月までに10件の事業プロデュース・建物竣工を目指す。また「小さな建物をいくつも集積させることで“ラクテンポの建物は路地裏にあるが人は集まる”といったブランディングを出店エリア全体で行っていききたい。そのテナントの業績により、2号店の出店要請も視野に入れている。「ラクテンポ 001」の事業用借地権契約終了後もテナント・オーナーから事業を続けたいと申し出があれば、建物を弊社から引き取ってもらうこともできる」(野原氏)としており、同社の常識に囚われない“逆転の発想”に注目が集まっている。